

В то время, когда возрождается экономика страны военных и гражданский сектор становятся реальными конкурентами в борьбе за кадры. И лишь тот, кто предоставит наиболее выгодные условия потенциальному сотруднику, может надеяться на восполнение своего кадрового потенциала.

Экономический сектор, производя тот или иной продукт, закладывает заработную плату своим сотрудникам в себестоимость продукта, и в некоторой степени, может регулировать эту заработную плату. В то время как Вооруженные силы, являясь одним из государственных институтов, ничего не производящим, а только потребляющим, может рассчитывать только на помощь государства, в лице исполнительной и законодательной власти. Чтобы заинтересовать молодого человека подписать контракт на прохождение службы, а по сути выполнять ратный труд, но в условиях армейской службы, нужно поднять денежное довольствие молодого офицера, на уровень молодого гражданского специалиста. Предоставить такие социальные льготы, действие которых наступит в неопределимом будущем, а уже сейчас, чтобы интерес молодых людей к данному виду ратного труда значительно возрос. И только тогда, можно будет говорить о желании граждан прибывающих в запасе, в добровольном порядке поступить на военную службу по контракту для замещения офицерских должностей. Именно тогда конкурс в военно-учебные заведения поднимется и будет не меньше чем в гражданских вузах, а молодые офицеры не будут искать способы досрочного увольнения из Вооруженных сил.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Шепелев О. Ю. Функционирование и развитие системы дополнительного военного образования в гражданских вузах: монография / О. Ю. Шепелев. Екатеринбург: УГТУ – УПИ. 2007. 175 с.
2. Итоги подведены. Задачи поставлены // Красная звезда. 2007. 22 ноя.
3. Богданов С. В ротном звене // Красная звезда. 2004. 22 дек.
4. Ожигин В. Система подготовки офицерского состава сухопутных войск США // Зарубежное военное обозрение. 2003. № 5. С. 19–26.
5. Рязанцева Н. Золотой фонд страны // Красная звезда. 2008. 23–29 янв.

Шушаричева А.К., г. Екатеринбург

ГОРОЖАНИН КАК ИСТОЧНИК ИНФОРМАЦИИ, ИСПОЛЬЗУЕМОЙ В СТРАТЕГИЧЕСКОМ ПЛАНИРОВАНИИ ГОРОДА

Урбанистические процессы, протекающие в современном обществе, такие как рост числа и размеров городов, распространение ценностей городского образа жизни на другие территориальные образования и прочее позволяют говорить о все нарастающей актуальности темы урбанизма. Города концентрируют в себе экономические, транспортные, товарные, демографические потоки территории. Их масштабы порой настолько велики, что они влияют не только на экономическую и демографическую, но и на экологическую ситуацию своего региона. Города, в настоящий момент, - преобладающая форма территориальной организации людей в индустриальных обществах, со всеми вытекающими из этого «плюсами» и «минусами».

Проблемы городов, их существования и развития являются объектом интереса многих наук. Например, отрасль социологии - социология города (Urban Sociology) изучает социальную структуру и стратификацию городского населения, формы и пути его миграции, образ и стиль жизни горожан, проблемы мигрантов из сельской местности, отключающееся поведение в городе, урбанизацию как глобальный исторический процесс и урбанизм как совокупность ценностных ориентаций и менталитет горожан, влияние городской среды на поведение и взаимоотношения людей, патологические процессы, вызываемые урбанизацией (отчуждение, переуплотненность, аномию и анонимность, бездомность, геттоизацию), городскую экологию, роль мегаполисов и метрополий в совре-

менном обществе, планирование городской среды и работу городских служб, качество жизни горожан и др [1].

В рамках экономической науки город рассматривается как образование, аккумулирующее товарные, финансовые, информационные потоки, обладающее необходимыми для экономической деятельности ресурсами и инфраструктурой. Концепция стратегического управления, берущая свое начало в экономике, на сегодняшний момент перешагнула рамки корпоративного управления и начала активно использоваться для управления развитием территориальных сообществ, прежде всего городов. Причем в ходе своего развития стратегическое управление как область научного знания обрело междисциплинарный характер. Реализуя стратегический подход, управленец использует методы и достижения таких наук как экономика, социология, психология и др. Кроме того, и социология, и экономика изучают опыт субъектов стратегического управления [2].

Стратегическое планирование - ядро стратегического управления. Научными школами нашей страны в советское время был накоплен большой опыт в процедурах планирования развития как отдельных промышленных предприятий, так и целых отраслей экономики. Интересен для изучения опыт создания социально-экономических планов развития городов. Впоследствии пришло некоторое разочарование в возможностях планирования и прогнозирования развития крупных и комплексных систем, и от практики планирования развития городов отошли.

В настоящее время можно наблюдать возрождение интереса к вопросам планирования городов. Нами в ходе работы над темой был исследован опыт 27 муниципальных образований из разных регионов Российской Федерации. Одна из общих черт, прослеживающаяся в их стратегических документах – попытка добиться комплексности развития города. В план закладываются цели как экономического, экологического характера, так и социального – гуманистического. Кроме того, муниципальные власти не пытаются узурпировать процесс разработки стратегического плана, стараются вовлекать в него представителей местного сообщества. Субъекты стратегического планирования сознают необходимость получения как можно более полной информации о состоянии города, городского сообщества.

Для решения этих задач в практике стратегического планирования муниципальными образованиями используются следующие социологические методы: опросы различных социальных групп местного сообщества, интервью с ключевыми акторами экономической, политической и общественной жизни муниципального образования. Вышеназванные методы используются в основном на этапах анализа состояния системы управления и разработки стратегических альтернатив. Мониторинг исполнения стратегического плана также частично реализуется опросными методами.

Таким образом, изучение мнений населения о городе, его ожиданиях и пожеланиях относительно городского развития производится в основном (если позволяет бюджет проекта) путем массовых опросов.

В то же время представляется интересным подход «от обратного» - спрашивать жителей не о городе, а об их собственной жизни как горожан. Ведь муниципальное управление, как и всякое социальное управление, имеет целью благополучие и довольство жителей управляемой территории, членов местного сообщества.

Повседневная жизнь горожан может стать бесценным источником информации, используемой при принятии управленческих решений. Жизнь горожанина может восприниматься как проекция состояния города. Можно описать и изучить ее актуальное состояние - что составляет обычный день, месяц, год горожанина; чем он удовлетворен, что хотел бы изменить. Имея картину актуального состояния, на ее основе можно разра-

ботать проект желаемого будущего состояния. Точнее, такое желаемое состояние может «подсказать» сам горожанин. Таким образом, может быть получен стратегический проект организации жизни горожанина, который может стать базой и целевым вектором разработки стратегического проекта города.

При этом субъект, разрабатывающий стратегический план, ставит перед собой следующие вопросы: «Как живет горожанин?», «Что ему нравится в его жизни?», «Что он хочет изменить?», «Какой он видит свою жизнь в идеале?». Однако возможности опросного метода, анкетирования ограничены и вряд ли позволят составить достаточно полную и живую картину жизни горожан. Попытки прибегнуть к качественным социологическим методам уже имели место в практике стратегического планирования. Например, в нескольких городах школьников просили написать сочинения о родном городе и о том, каким они хотели бы его видеть.

Однако, до сих пор для использования в управленческих целях приоритетной считается обобщенная, агрегированная информация, получаемая путем массовых опросов. Качественные же методы социологического исследования используются преимущественно для работы с ключевыми акторами местного сообщества. В этих условиях обращение к индивиду, к рядовому жителю города представляется весьма интересным и плодотворным. Подобная работа может быть многократно более трудо- и времязатратна, однако открывает большие и еще не изученные возможности для совершенствования социальной реальности города.

ЛИТЕРАТУРА:

1. См. Добрыньков В.И., Кравченко А.И. История зарубежной социологии. // www.rgii.ru
2. Economics meets Sociology in Strategic Management // *Advances in Strategic Management*, Volume 17

Банных Г.А., г. Екатеринбург

САМОПРЕЗЕНТАЦИЯ В КИБЕРПРОСТРАНСТВЕ

Жизнь большинства работающих и не только людей проходит в Сети, где закладываются основы общения, флирта, где возможно получение информации и знаний моментально и бесплатно, совершение покупок и т.д. Информация в современном мире — самое главное богатство и достоинство, властный ресурс. Сеть меняет непосредственно средства и способы взаимодействия людей. По мере перехода Интернета на технологии беспроводного доступа, "Всемирная паутина" постепенно становится неотъемлемой частью нашей повседневной жизни.

И в ней также как и в повседневной жизни, миллионы людей играют свои социальные роли, принимают различные виртуальные образы, разнообразно «презентуя» себя веб-сообществу.

В виртуальном сообществе существуют и свои специфические социальные роли: модератор, администратор, гуру, гость, пользователь и т.д. особо следует сказать и о самопрезентации в виртуальном сообществе.

Зачастую она происходит за счет выбираемых новых звучных имен (никнов), различных картинок, раскрывающих суть или настроение автора (аватар), т.н. виртуальные образы, отображения реальных людей и т.д.

В виртуальной коммуникации, благодаря невидимости пользователя, не выражены те признаки, которые связаны с внешним обликом и служат основой социальной категоризации в реальном общении. Тогда предпочтение анонимности может быть результатом неудовлетворенности результатами социальной категоризации в реальном общении. Такое желание тотальной анонимности может выражать неудовлетворенность реальной идентичностью, а именно, теми ее сторонами, которые в виртуальной коммуникации